

鳥取市周辺におけるタクシー旅行者の特性

鳥取大学工学部 正会員 奥山 育英
 大阪セメント(株) 正会員 ○北本美佐子
 鳥取大学大学院 学生員 藤原 栄吾

1. はじめに

観光産業は民間に頼る部分が多く、住民のための公共インフラと重複利用が可能であることから、地域活性化のためには産業振興政策と比較すると投資効率がよく、また地域住民との摩擦も少なく、地域に歓迎される場合が多い。したがって、観光客を呼び込めれば効率のよい地域活性化につながることから他の産業に恵まれない地域においては観光産業の育成が盛んである。わが鳥取県は、自然を生かした全県公園化構想が県の総合計画に謳われるほどに観光資源に恵まれている。この数多くの観光資源が有効利用されれば、鳥取県の発展につながる。

そこで本研究では、観光客と訪問地との関連を調べて観光客誘致戦略を練るのが順序であると考え、タクシー利用の観光客に対して実施された既存のアンケートを利用して、鳥取市周辺の観光客の属性と訪問地との関連性について明らかにした。

2. アンケート調査について

本研究で用いたデータは、鳥取市のタクシー会社がタクシー利用観光客を対象とした“山陰路観光、鳥取の旅”に関するアンケートである。1987年7月から1992年1月までの総計 616件の回答をもとにして集計し分析を実施した。

アンケートの質問内容は、表1の11項目である。表中、6については、無回答を日帰りとみなし、9については、無回答を良かった場所がないとみなしたという注の意味から*印を付した。

3. アンケートの集計

3.1 単純集計結果

項目1～11の単純集計結果は図1である。

3.2 クロス集計

観光計画等においては、各々の項目毎に訪問者数等を推計することも重要であるが、季節、性別等、他の項目との多次元的な推計も重要である。この場合、各々の項目が独立であるならば、多次元推計は比率で表わすと、単純集計の比率の積である。独立でない項目については、別途現実データから推計せねばならず、項目間の独立性を知っておくことは必要である。そのため、項目間のクロス集計を行ない独立性の検定を行った。検定に際して有意水準は5%、1%ともに結果は変わらず表2が得られた。な

表1 アンケートの内容

項目	有効回答数	比率(%)
1 はがき投函月	616	100.0
2 性別	602	97.7
3 居住地	602	97.7
4 鳥取への旅行回数	613	99.5
5 鳥取への旅行目的	616	100.0
6 宿泊した施設	*616	*100.0
7 鳥取市の温泉に関する情報の有無	603	97.9
8 鳥取の名所・史跡で見られたところ	616	100.0
9 鳥取を観光して良かったところ	*616	*100.0
10 再度旅行希望の有無	597	96.9
11 タクシーガイドの印象	592	96.1

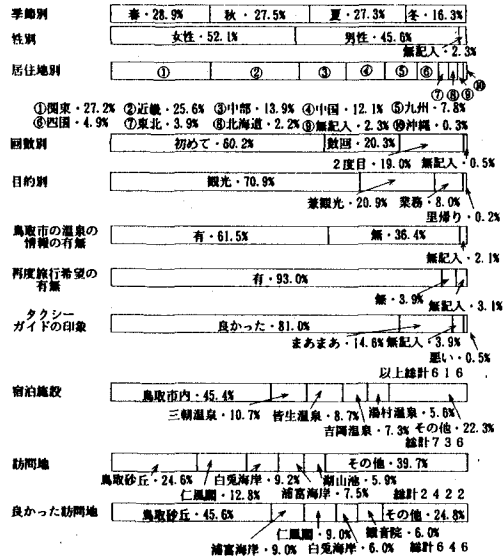


図1 単純集計結果

表2 クロス集計における独立性の検定結果

	項目
独立である	訪問箇所数(8)と季節(1)、訪問箇所数(8)と性別(2)、訪問箇所数(8)と再度旅行希望の有無(10)、居住地(3)と再度旅行希望の有無(10)、季節(1)と性別(2)、回数(4)と季節(1)、回数(4)と再度旅行希望の有無(10)、季節(1)と再度旅行希望の有無(10)、回数(4)と性別(2)、居住地(3)と季節(1)、再度旅行希望の有無(10)と性別(2)、訪問箇所数(8)とタクシーガイドの印象、季節(1)とタクシーガイドの印象(11)、居住地(3)とタクシーガイドの印象(11)、回数(4)とタクシーガイドの印象(11)、性別(2)とタクシーガイドの印象(11)
独立ではない	訪問箇所数(8)と居住地(3)、訪問箇所数(8)と回数(4)、居住地(3)と回数(4)、居住地(3)と性別(2)、再度旅行希望の有無(10)とタクシーガイドの印象(11)

お、() 内の値は、表1の設問項目である。

複数回答の項目に関しては独立性の検定が難しいので次のクロス集計を行なった。

- ・旅行の目的別の訪問地
- ・鳥取への旅行回数別の訪問地毎の好印象度
- ・季節別の訪問地
- ・季節別の宿泊地

ここでは、季節別の訪問地および季節別の宿泊地の結果を、図2、図3に示す。

以上の単純集計およびクロス集計結果は、今後の鳥取市のタクシー利用観光客の動向計画の基礎材料として位置づけられる。

3. 観光客の属性と訪問地との関係

どのような観光客がどのような観光地を訪問するかを見るにあたっては、回答に複数の訪問地を許すことから、数量化Ⅲ類を用いて解析した。この手法は、観光客と訪問地の対を考慮して、各観光客および各訪問地毎に、相関係数が最も大となるように数値を与えて、各観光客および各訪問地を数値の大小順に並びかえて、観光客の属性と訪問地の関連性を見る方法で複数回答の解析に適した方法である。

数量化Ⅲ類は観光客と訪問地、および観光客と良かった訪問地の2ケースを行った。結果は、表3である。観光客の属性はアンケートの性別、回数、季節、目的、居住地であり、訪問地は各々の観光地であるが自然・レジャー系と史跡・文化系に分けられていた。相関係数は各々0.551、0.880であった。

5. 観光客の属性による訪問地の分類

観光客の属性と訪問客数によって、訪問地の類似を見るために、クラスター分析を用いた。これは将来観光コースを作成する際に類似のコースあるいは非類似のコースを作成するときの基礎資料となる。ワード法と郡平均法の2種類の非類似度の算出方法により、2種類のデンドログラムを作成した。よかった訪問地に関しても作成した(図4)。この結果から類似の訪問地の観光客の属性も求められる。

6. おわりに

今回の研究では単純集計のみでなく様々な手法を用いて、タクシー利用観光客の属性と訪問地との関連性を明らかにし、観光地の施設整備の優先順位の決定、観光コースの作成等に参考となる貴重な情報が得られた。タクシー以外の交通手段を用いた観光客に対しても、また、鳥取県全域、および山陰地方にまで広げた同様の分析が有効である見込があった。

最後に本アンケートを実施して頂いた鳥取県観光タクシー株式会社に厚く感謝致します。

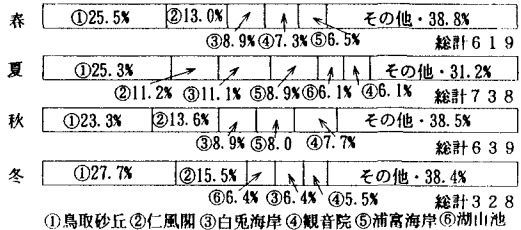
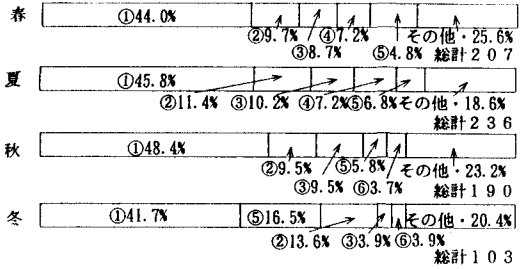


図2 季節別訪問地



①鳥取市内②三朝温泉③皆生温泉④湯村温泉⑤吉岡温泉⑥岩井温泉

図3 季節別宿泊地

表3 数量化Ⅲ類解析結果

観光客の属性	訪問地の傾向
回数の初めて、目的の兼観光、 季節の夏、居住地の北海道・東北	自然・レジャー系
回数の数回、季節の春・秋、 居住地の近畿・中国・四国	史跡・文化系

観光客の属性	良かった訪問地の傾向
季節の夏、 居住地の近畿・中国・四国	自然・レジャー系
回数の数回、目的の業務、 季節の春・秋・冬	史跡・文化系

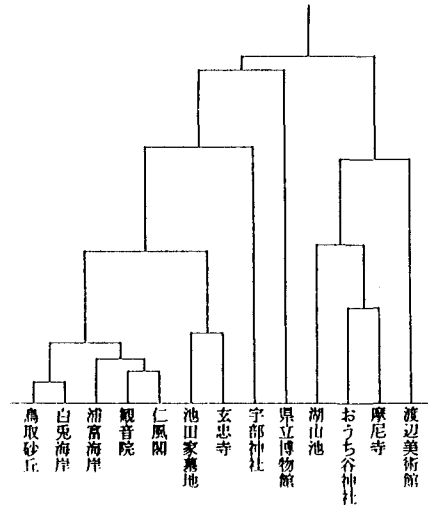


図4 クラスター分析結果(良かった訪問地)